

Структура

# PR-ВІДДІЛУ

комерційної установи

---

## ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА

PR-підрозділ установи переймається загальними проблемами, бере участь у розробленні її концепції і програми діяльності, реалізує їх своїми засобами.

Співробітники PR-відділу мають змогу отримувати необхідну інформацію щодо діяльності установи, встановлювати контакти з усіма співробітниками, що створює сприятливі умови для здійснення PR-заходів.

## СТРУКТУРА. ШТАТ

Залежить від функцій і конкретних завдань. Найчастіше PR-відділ в установі виконує такі функції:

- Формування іміджу компанії
  - Взаємодія з державними органами і громадськими організаціями;
  - Реалізація антикризи;
  - Робота зі ЗМІ
  - Нарощування публіцитного капіталу установи
  - Реалізація соціальних і культурних програм, благодійна діяльність
  - Виставкова діяльність
  - Аналіз комунікаційної діяльності установ-конкурентів
-

# СТРУКТУРА

## КЕРІВНИК УСТАНОВИ

КЕРІВНИК  
PR-ВІДДІЛУ

РЕЧНИК/ПРЕС-  
СЕКРЕТАР



## НАПРЯМКИ РОБОТИ

СТРАТЕГІЯ

КРЕАТИВ

ПРЕС-СЛУЖБА



СТРАТЕГІЧНИЙ  
ДИРЕКТОР

АНАЛІТИК

PR-  
МЕНЕДЖЕР

КРЕАТИВНИЙ  
ДИРЕКТОР

КОПІРАЙТЕР

ДИЗАЙНЕР

СЕКРЕТАР

ФОТОГРАФ

SMM-  
СПЕЦІАЛІСТ

# «PR –ВІДДІЛ ОРГАНІЗАЦІЇ:

ПЕРЕВАГИ І НЕДОЛІКИ»



РОБОТА З  
ПОСТІЙНИМ СУБ'ЄКТОМ

НАЛЕЖНІСТЬ ДО  
ОДНІЄЇ КОМАНДИ



ВІДСУТНІСТЬ  
РІЗНОМАНІТНОСТІ

ОБМЕЖЕННЯ  
ПЕВНИМ НАПРЯМКОМ  
ДІЯЛЬНОСТІ  
КОМПАНІЇ

ЗНАННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ  
ЗСЕРЕДИНИ

ДОСТУПНІСТЬ  
ПОТРІБНОЇ  
ІНФОРМАЦІЇ ПРО  
КОМПАНІЮ

БАГАТОЗАДАЧНІСТЬ  
ПРАЦІВНИКІВ

ЗМІШУВАННЯ  
ОБОВ'ЯЗКІВ

РЕАЛІЗАЦІЯ  
ДОСТРОКОВИХ  
СТРАТЕГІЙ

ЕКОНОМІЯ  
КОШТІВ

ВИКОРИСТАННЯ  
ЛОЯЛЬНОСТІ  
ПІАРНИКІВ